

Pengaruh Perkembangan Ojek Online terhadap Peningkatan Ekonomi UMKM di Kecamatan Summersari, Kabupaten Jember

Rama Dwi Rendra Graha¹, Fiyoga Bayu Saputra², Dwi Wahyu Maulana Putra³

Universitas Jember, Indonesia

ramadwirendragraha@gmail.com¹, bayusaputrayoga567@gmail.com²,
pmaulana414@gmail.com³

Submitted: 29th January 2024 | **Edited:** 06th April 2024 | **Issued:** 01st May 2024

Cited on: Graha, R. D. R., Saputra, F. B., & Putra, D. W. M. (2024). Pengaruh Perkembangan Ojek Online terhadap Peningkatan Ekonomi UMKM di Kecamatan Summersari, Kabupaten Jember. *AKADEMIK: Jurnal Mahasiswa Ekonomi & Bisnis*, 4(2), 617-630.

ABSTRACT

This research explores the impact of the development of online motorcycle taxis on improving the economy of Micro, Small and Medium Enterprises (MSMEs) in the digital era, using Mark Granovetter's Social Network theory. Granovetter emphasized the importance of strong ties and weak ties in supporting economic growth. Strong bonds, such as those between business owners and employees, provide emotional and financial stability. Meanwhile, weak ties, represented by interactions between online motorcycle taxi drivers and customers, open up new market opportunities and increase business visibility. This research uses a case study-based qualitative approach, collecting data through semi-structured interviews and field observations. Interviews were conducted with MSME owners and workers who use online motorcycle taxi services, selected through purposive sampling. Data were analyzed using thematic analysis according to Creswell procedures, including interview transcription, data coding, and identification of main themes. The research results show that collaboration with online motorcycle taxi platforms, such as GoFood, expands market reach and increases MSME sales. In addition, the rating and review system on this platform helps improve service quality and security. Support from strong ties provides stability, while weak ties through online motorcycle taxi platforms create new opportunities and greater visibility. This research emphasizes the importance of synergy between strong ties and weak ties in creating an ecosystem that supports economic growth and social prosperity in the digital era. Thus, technological innovations such as GoFood not only increase operational efficiency but also optimize social relations to achieve larger economic goals.

Keywords: Economy, Ojek, UMKM

PENDAHULUAN

Era modern saat ini merupakan era digitalisasi, yang ditandai dengan kemajuan teknologi yang sangat pesat dan berdampak besar pada kehidupan kita sehari-hari. Pada saat ini, kita hidup di zaman di mana informasi dapat diakses dengan mudah hanya dengan beberapa kali klik. Bukan hanya itu saja, dengan perkembangan teknologi yang cepat ini telah memungkinkan kita untuk terhubung dengan orang-orang dari seluruh dunia tanpa

batas waktu atau jarak. Perkembangan teknologi juga telah mengubah cara kerja dan bisnis dilakukan, dengan mendorong adopsi atau penggunaan alat-alat digital sehingga perusahaan dapat melakukan pekerjaan dengan lebih efisien dan produktif. Ojek merupakan sepeda motor biasa yang digunakan untuk membawa penumpang dari satu tempat ke tempat lain dengan biaya tertentu. Perkembangan ojek online secara signifikan mempengaruhi industri transportasi di Indonesia. Sebelumnya, orang-orang harus mencari ojek di jalanan atau menelepon pangkalan ojek untuk memesan. Namun, kini dengan adanya platform ojek online, proses tersebut menjadi lebih mudah, cepat, dan efisien hanya melalui smartphone. Pada masa lalu, penumpang biasanya akan menemukan ojek secara langsung di jalan atau di pangkalan resmi. Namun, dengan pesatnya perkembangan teknologi dan adanya internet di Indonesia, industri ojek mengalami transformasi besar-besaran. Ojek yang tadinya fungsinya cuma bekerja mengantarkan penumpang, kini beralih fungsi menjadi beragam, mulai dari memesan makanan hingga mengantar barang sesuai tujuan.

Layanan ojek online makanan, seperti GoFood, menyediakan kemudahan bagi para penumpang untuk mencari ojek kapan pun mereka butuhkan dan tidak memandang waktu. Mereka dapat dengan mudah memesan makanan melalui aplikasi smartphone dan melihat perkiraan waktu kedatangan, rute perjalanan, serta harga yang dikenakan sebelum melakukan pemesanan. Selain itu, GoFood memberikan kesempatan ekonomi baru bagi para pengemudi ojek. Mereka dapat mendaftar sebagai mitra pengemudi di platform GoFood dan mendapatkan penghasilan tambahan dengan menggunakan kendaraan mereka. Hal ini terbukti sangat menguntungkan bagi banyak orang yang ingin bekerja secara fleksibel atau yang membutuhkan sumber penghasilan tambahan. Selain itu, perkembangan GoFood juga membawa dampak positif lainnya. Misalnya, adanya sistem penilaian dan ulasan pengguna pada platform GoFood membantu meningkatkan kualitas pelayanan dan keamanan bagi pelanggan.

GoFood merupakan solusi transportasi dan layanan pengantaran makanan modern yang semakin populer di kalangan masyarakat pada era saat ini. Selain berfungsi sebagai sarana transportasi dan pengantaran makanan, layanan GoFood juga memiliki peran penting dalam mendukung Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM). Dalam hal ini, GoFood dapat membantu UMKM menjadi lebih mudah dijangkau oleh konsumen melalui pelayanan pengantaran produk yang ditawarkan. Seiring dengan semakin

populernya layanan GoFood, UMKM pun semakin mudah memasarkan dan mengirimkan produk mereka kepada konsumen. Dengan begitu, masyarakat juga mengalami kemudahan untuk mengakses beberapa UMKM yang terdaftar di platform GoFood tersebut. UMKM yang telah bergabung dan bermitra dengan GoFood pasti akan mengalami keuntungan yang besar serta banyak manfaat lain yang didapatkannya, seperti bisnis mereka yang dikenal oleh masyarakat luas. Dengan adanya layanan GoFood, UMKM tidak perlu lagi repot-repot menangani proses pengiriman produk secara mandiri, sehingga dapat fokus pada pengembangan produk dan bisnis mereka. Selain itu, GoFood juga memberikan peluang bagi UMKM untuk meningkatkan kualitas produk dan layanan mereka. Hal ini secara tidak langsung mendorong perkembangan UMKM tersebut dengan berkolaborasi bersama platform GoFood.

Menurut teori Jaringan Sosial dari Mark Granovetter, hubungan sosial dapat dikategorikan menjadi ikatan kuat dan ikatan lemah. Ikatan kuat adalah hubungan yang sangat erat dan sering terjadi, seperti hubungan antara pemilik usaha dan pekerjanya, yang ditandai dengan kedekatan emosional dan interaksi rutin. Sebagai contoh, hubungan antara Yoga, pedagang sate, dengan bosnya Bambang, atau Fahri, penjual bubur kacang ijo, dengan bosnya, adalah ikatan kuat. Mereka tidak hanya bekerja bersama, tetapi juga memiliki hubungan yang saling mendukung secara emosional dan finansial, yang menciptakan stabilitas dan kesejahteraan bagi pekerja. Di sisi lain, ojek online berfungsi sebagai ikatan lemah, yang meskipun tidak terlalu erat, memiliki peran penting dalam menyebarkan informasi dan membuka peluang baru. Pengemudi ojek online berinteraksi dengan berbagai pelanggan dan UMKM, menciptakan jaringan sosial yang luas dan beragam. Melalui aplikasi ojek online, seperti Gojek, pedagang seperti Yoga dan Fahri dapat menjangkau konsumen yang lebih luas dan beragam yang mungkin tidak mereka temui melalui jaringan sosial tradisional mereka. Ini menunjukkan kekuatan ikatan lemah dalam memperluas jangkauan bisnis dan meningkatkan penjualan. Pengemudi ojek, meskipun memiliki interaksi yang singkat dan terbatas dengan setiap pelanggan, menjadi perantara penting yang membantu menghubungkan UMKM dengan konsumen baru, menyebarkan informasi tentang produk, dan memberikan akses yang lebih mudah kepada layanan mereka.

Dengan demikian, ojek online tidak hanya berfungsi sebagai alat transportasi, tetapi juga sebagai katalisator ekonomi yang memanfaatkan kekuatan ikatan lemah untuk

mendukung pertumbuhan UMKM. Sementara ikatan kuat antara bos dan pekerja memastikan stabilitas dan dukungan internal, ikatan lemah yang dibangun melalui interaksi dengan pengemudi ojek online membantu memperluas pasar dan meningkatkan visibilitas bisnis. Kombinasi dari ikatan kuat dan ikatan lemah ini menciptakan ekosistem yang mendukung pertumbuhan ekonomi dan kesejahteraan sosial di era digital ini, memperlihatkan bagaimana teknologi dapat mengintegrasikan dan memperkuat hubungan sosial untuk mencapai tujuan ekonomi yang lebih besar.

LANDASAN TEORI

Penelitian ini didasarkan pada teori Jaringan Sosial yang diperkenalkan oleh Mark Granovetter, yang menyoroti konsep Ikatan Kuat (Strong Ties) dan Ikatan Lemah (Weak Ties). Ikatan kuat mengacu pada hubungan sosial yang erat dan intensif, seperti hubungan antara anggota keluarga, teman dekat, atau rekan kerja yang saling mendukung secara emosional dan finansial. Dalam konteks penelitian ini, hubungan antara pedagang dan bos mereka mencerminkan ikatan kuat, seperti hubungan Yoga dengan bosnya, Bambang, yang memberikan dukungan emosional dan finansial yang signifikan, menciptakan lingkungan kerja yang stabil dan positif. Sebaliknya, ikatan lemah mengacu pada hubungan sosial yang kurang intensif dan lebih sporadis, seperti interaksi dengan kenalan atau pelanggan. Granovetter berargumen bahwa ikatan lemah memainkan peran penting dalam menyebarkan informasi dan membuka peluang baru.

“Intuitively speaking, this mean that whatever is to be diffused can reach a larger number of people, and traverse greater social distance, when passed through weak ties rather than strong. If one tells a rumor to all his close friends, and they do likewise, many will hear the rumor a second and third time, since those Linked by strong ties tend to share friends. If the motivation to spread the rumor is dampened a bit on each wave of retelling, then the rumor moving through strong ties is much more likely to be limited to a few Cliques than that going via weak ones; bridges Will not be crossed.” (Mark S. Granovetter, 1973:1366).

“Secara intuitif, Hal ini berarti bahwa apapun yang ingin disebarkan dapat menjangkau lebih banyak orang, dan menempuh jarak sosial yang lebih besar (yaitu, panjang jalur), bila melewati ikatan yang lemah dibandingkan ikatan yang kuat. jika seseorang menceritakan suatu rumor kepada semua teman dekatnya, dan mereka melakukan hal yang sama, banyak yang akan mendengar rumor tersebut untuk kedua dan ketiga kalinya, Karena mereka yang mempunyai ikatan yang kuat cenderung berbagi teman. Jika motivasi untuk menyebarkan rumor tersebut sedikit berkurang pada setiap gelombang penceritaan ulang, maka rumor yang beredar melalui ikatan yang kuat kemungkinan besar akan terbatas pada beberapa

kelompok dibandingkan melalui kelompok yang lemah; jembatan tidak akan dilintasi." (Mark S. Granovetter, 1973:1366).

Mark Granovetter menjelaskan bahwa ikatan lemah menghubungkan satu kelompok orang dengan kelompok lainnya, sedangkan ikatan kuat antara dua individu menunjukkan adanya hubungan yang tumpang tindih antara dua kelompok tersebut. Hubungan yang menghubungkan kelompok-kelompok ini disebut jembatan lokal. Ikatan kuat terbentuk dari hubungan dua individu yang memiliki kepercayaan satu sama lain, sering berinteraksi, dan berada dalam lingkungan yang sama. Contoh ikatan kuat dapat dilihat dalam hubungan keluarga, kekerabatan, dan tetangga. Sebaliknya, ikatan lemah muncul dari hubungan ikatan kuat. Granovetter menggambarkan ini dengan hubungan antara A, B, dan C, di mana A dan B memiliki ikatan kuat, begitu pula A dan C. Meskipun B dan C tidak memiliki hubungan langsung, Granovetter percaya bahwa adanya ikatan kuat antara A-B dan A-C menciptakan kemungkinan adanya ikatan lemah antara B dan C. Ini membentuk jalur atau jembatan lokal melalui A. Dalam artikelnya "The Strength of Weak Ties," Granovetter menekankan pentingnya hubungan sosial yang kurang dekat (ikatan lemah) dalam membentuk inovasi atau informasi baru yang dapat mempengaruhi perilaku ekonomi.

Dalam penelitian ini, GoFood berfungsi sebagai jaringan ikatan lemah yang memperluas jangkauan pasar pedagang kecil, memungkinkan mereka menjangkau pelanggan dari berbagai lokasi yang berbeda. Interaksi dengan pelanggan melalui layanan GoFood, meskipun tidak sering dan mendalam, memberikan peluang besar untuk meningkatkan visibilitas dan penjualan produk. Granovetter menekankan bahwa kekuatan ikatan lemah terletak pada kemampuannya untuk menjembatani berbagai kelompok sosial yang berbeda, memungkinkan penyebaran informasi dan inovasi yang lebih luas. Dengan demikian, kombinasi ikatan kuat dan ikatan lemah menciptakan ekosistem yang saling mendukung dan dinamis. Dukungan emosional dan finansial dari ikatan kuat memberikan stabilitas dan motivasi bagi pedagang kecil, sementara peluang pasar yang diperluas oleh ikatan lemah melalui platform seperti GoFood memungkinkan peningkatan visibilitas dan penjualan. Sinergi antara kedua jenis ikatan ini menciptakan kondisi yang optimal untuk pertumbuhan ekonomi dan kesejahteraan sosial. Dengan menggunakan teori Jaringan Sosial Granovetter sebagai kerangka teoretis, penelitian ini mengidentifikasi bagaimana ikatan kuat dan ikatan lemah dapat bekerja bersama untuk mendukung perkembangan ekonomi pedagang kecil, menunjukkan bahwa inovasi

teknologi seperti GoFood tidak hanya meningkatkan efisiensi operasional tetapi juga mengoptimalkan hubungan sosial untuk mencapai tujuan ekonomi yang lebih besar di era digital.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini berfokus pada peningkatan ekonomi Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) seiring dengan perkembangan ojek online saat ini menggunakan pendekatan kualitatif berbasis studi kasus. Menurut Creswell (2015: 135-136), studi kasus adalah salah satu jenis pendekatan kualitatif yang mengeksplorasi kejadian nyata melalui pengumpulan data mendalam. Pendekatan ini dipilih karena memungkinkan analisis mendalam terhadap pengalaman dan interaksi pelaku UMKM terkait perkembangan bisnis mereka setelah berkolaborasi dengan platform ojek online. Pengumpulan data dalam penelitian ini dilakukan melalui wawancara terperinci dengan pemilik dan pekerja UMKM yang terlibat, dipilih melalui purposive sampling. Wawancara semi-terstruktur memungkinkan partisipan berbagi pengalaman dan persepsi mereka secara mendalam dan terarah. Selain wawancara, observasi lapangan juga diperlukan untuk mengamati langsung perilaku pemilik UMKM dalam konteks perkembangan bisnis mereka saat ini. Melalui pendekatan ini, peneliti dapat memperoleh wawasan yang lebih holistik mengenai dinamika dan tantangan yang dihadapi oleh UMKM dalam beradaptasi dengan platform ojek online.

Data yang terkumpul dari wawancara dan observasi ini nantinya akan dianalisis menggunakan analisis tematik sesuai prosedur Creswell. Langkah-langkah analisis tematik meliputi transkripsi wawancara, pengkodean data, identifikasi tema utama, dan interpretasi data. Proses ini bertujuan untuk menemukan tema-tema seperti kondisi ekonomi UMKM, pengaruh perkembangan bisnis mereka melalui ojek online, hingga peran media sosial dalam mendukung perkembangan bisnis. Melalui analisis ini, diharapkan dapat diidentifikasi faktor-faktor kunci yang berkontribusi terhadap peningkatan ekonomi UMKM dan bagaimana kolaborasi dengan platform ojek online dapat mendukung pertumbuhan bisnis mereka. Untuk memastikan validitas dan reliabilitas temuan, penelitian ini akan menggunakan triangulasi data dengan berbagai sumber data (wawancara dan observasi) serta member checking, di mana partisipan meninjau kembali temuan untuk memastikan akurasi interpretasi peneliti. Langkah ini

penting untuk memastikan bahwa temuan penelitian dapat diandalkan dan mencerminkan pengalaman nyata partisipan. Selain itu, penelitian ini juga akan memperhatikan aspek etika penelitian dengan mendapatkan persetujuan tertulis dari partisipan serta menjamin kerahasiaan identitas dan informasi yang telah diberikan.

Melalui pendekatan ini, penelitian ini diharapkan dapat memberikan wawasan mendalam dan komprehensif mengenai perkembangan tingkat ekonomi UMKM melalui platform ojek online di era modern saat ini. Dengan demikian, penelitian ini akan mengidentifikasi faktor-faktor yang mempengaruhi perkembangan ekonomi UMKM dan bagaimana teknologi digital dapat mendukung pertumbuhan bisnis kecil. Selain itu, penelitian ini juga akan menunjukkan bagaimana inovasi teknologi seperti ojek online dapat meningkatkan efisiensi operasional UMKM dan mengoptimalkan hubungan sosial untuk mencapai tujuan ekonomi yang lebih besar. Sesuai dengan prinsip-prinsip metodologi kualitatif dari Creswell, penelitian ini akan memberikan kontribusi penting bagi pemahaman tentang dampak teknologi digital pada sektor UMKM di Indonesia.

HASIL PENELITIAN

Penelitian ini mengungkapkan dampak positif layanan GoFood terhadap penjualan dan kesejahteraan para pedagang kecil serta pekerja mereka, yang semakin menegaskan peran penting teknologi digital dalam mengubah dinamika bisnis tradisional. Dua studi kasus yang mendalam digunakan untuk mendukung temuan ini, yaitu pedagang sate di depan Kampus Mandala dan pedagang bubur kacang ijo di Jalan Jawa. Kedua pedagang ini memberikan wawasan yang sangat berharga tentang bagaimana layanan GoFood telah secara signifikan membantu meningkatkan penjualan mereka, menciptakan saluran pemasaran yang lebih luas dan efisien. Selain itu, layanan ini juga memberikan stabilitas ekonomi yang lebih baik bagi para pedagang dan pekerja mereka, melalui integrasi yang cerdas antara jaringan ikatan kuat dan ikatan lemah. Ikatan kuat yang terbentuk dari hubungan dekat antara pedagang dan bos mereka memberikan dukungan emosional dan finansial yang stabil, sementara jaringan ikatan lemah yang dibentuk melalui interaksi dengan pengemudi GoFood dan pelanggan baru memungkinkan perluasan pasar dan peningkatan visibilitas produk mereka. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa kombinasi antara dukungan sosial internal yang kuat dan akses ke jaringan pasar yang

lebih luas dapat menciptakan ekosistem bisnis yang lebih dinamis dan berkelanjutan di era digitalisasi ini.

“The network is viewed as essential for business, because it serves as an important source of information in identifying and excavating business opportunities”
(Paramitha.2018)

Dalam konteks ini, kemajuan teknologi di era saat ini seperti perkembangan ojek online dapat membantu serta meningkatkan akses usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM) lokal terhubung melalui jaringan tersebut. Jelas, melalui platform ojek online, UMKM dapat mempromosikan produk mereka dan menjangkau konsumen lebih luas tanpa perlu modal besar. Selain itu, layanan pengiriman barang yang disediakan oleh penyedia layanan ojek online juga mempermudah proses pengiriman produk kepada pelanggan. Hal ini tentu saja membantu UMKM dalam memperluas jangkauan pasar dan meningkatkan omset penjualan mereka. Dengan demikian, perkembangan ojek online memberikan dampak positif terhadap perkembangan UMKM lokal, karena membantu memperkuat jaringan bisnis dan memberikan akses yang lebih mudah kepada peluang bisnis yang lebih besar.

Pedagang Sate di Depan Kampus Mandala

Yoga, seorang pedagang sate berusia 22 tahun, mengakui bahwa GoFood berperan besar dalam meningkatkan penjualannya. Sejak mendaftar di aplikasi GoFood pada tahun 2020, Yoga telah merasakan peningkatan signifikan dalam jumlah pesanan yang ia terima setiap harinya. Keberadaan GoFood memungkinkan pelanggan untuk dengan mudah memesan sate melalui aplikasi smartphone mereka, tanpa harus datang langsung ke lokasi. Hal ini tidak hanya meningkatkan penjualan, tetapi juga memperluas jangkauan pasar Yoga secara drastis. Sebelumnya, pelanggan Yoga terbatas pada mahasiswa dan staf di sekitar kampus, yang harus datang langsung ke gerobaknya untuk membeli sate. Namun kini, dengan adanya GoFood, pelanggan dari berbagai lokasi dapat menikmati sate yang dijualnya, bahkan dari jarak yang cukup jauh. Layanan ini membuat satanya lebih mudah diakses oleh pelanggan yang sibuk atau berada di tempat lain, sehingga jumlah pesanan pun meningkat secara signifikan.

Hubungan Yoga dengan bosnya, Bambang, mencerminkan konsep ikatan kuat dari teori Jaringan Sosial Mark Granovetter. Bambang dan Yoga memiliki hubungan yang sangat dekat, hampir seperti keluarga. Bambang tidak suka dianggap sebagai bos karena

keakraban mereka, dan hal ini memberikan stabilitas dan dukungan emosional yang sangat berharga bagi Yoga. Bambang tidak hanya menyediakan upah yang cukup untuk memenuhi kebutuhan sehari-hari Yoga, tetapi juga memberikan Tunjangan Hari Raya (THR), yang semakin menciptakan lingkungan kerja yang mendukung dan stabil. Hubungan ini menunjukkan pentingnya ikatan kuat dalam memberikan dukungan dan kesejahteraan bagi pekerja, karena kepercayaan dan dukungan emosional yang diberikan oleh Bambang membuat Yoga merasa dihargai dan termotivasi dalam pekerjaannya. Kedekatan dan rasa saling menghargai ini memperlihatkan bagaimana ikatan kuat dapat memberikan fondasi yang stabil dan positif, yang sangat penting bagi kesejahteraan dan produktivitas pekerja.

Pedagang Bubur Kacang Ijo di Jalan Jawa

Fahri, seorang pedagang bubur kacang ijo berusia 26 tahun, juga merasakan manfaat besar dari layanan GoFood. Fahri telah bekerja di bisnis bubur kacang ijo selama dua tahun dan mengakui bahwa pesanan melalui GoFood cukup ramai dan signifikan dalam peningkatan pendapatannya. Seperti halnya Yoga, Fahri dapat menjangkau lebih banyak pelanggan melalui platform GoFood, yang sebelumnya mungkin tidak dapat ia capai tanpa adanya layanan ini. Penjualan bubur kacang ijo meningkat pesat karena kemudahan akses yang diberikan oleh GoFood, yang memungkinkan pelanggan memesan dari lokasi mana pun dan kapan pun mereka mau. Dengan adanya GoFood, pelanggan tidak perlu repot-repot datang ke tempat Fahri berjualan, melainkan cukup memesan melalui aplikasi, sehingga waktu dan tenaga mereka dapat dihemat. Hal ini tidak hanya meningkatkan jumlah penjualan tetapi juga memperluas jangkauan pasar Fahri, dari yang awalnya hanya melayani pelanggan di sekitar tempat ia berjualan, kini dapat menjangkau pelanggan yang berada di lokasi yang lebih jauh.

Fahri juga memiliki bos yang sangat baik dan mendapatkan upah yang cukup untuk memenuhi kebutuhan hidupnya. Hubungan kerja yang baik ini mencerminkan pentingnya ikatan kuat dalam mendukung kesejahteraan pekerja. Bos Fahri memberikan dukungan yang diperlukan untuk memastikan bahwa Fahri merasa dihargai dan didukung dalam pekerjaannya. Bosnya tidak hanya memberikan upah yang layak, tetapi juga memberikan perhatian dan pengertian terhadap kebutuhan dan kesejahteraan Fahri. Kepercayaan dan dukungan yang diberikan oleh bosnya menciptakan lingkungan kerja yang positif dan produktif, di mana Fahri merasa nyaman dan termotivasi untuk bekerja dengan baik.

Dukungan emosional dan finansial ini penting dalam membangun ikatan kuat yang tidak hanya meningkatkan kinerja tetapi juga memberikan stabilitas dan kepuasan kerja bagi Fahri. Relasi yang saling menghargai dan mendukung ini menunjukkan bagaimana ikatan kuat antara bos dan pekerja dapat menjadi fondasi yang kuat untuk kesuksesan bisnis dan kesejahteraan individu dalam lingkungan kerja yang dinamis dan kompetitif.

Platform digitalisasi seperti ojek online memungkinkan para pelaku UMKM untuk lebih mudah mengakses pasar secara luas dan mendapatkan pelanggan baru. Selain itu, dengan menggunakan platform ini, mereka juga dapat meningkatkan efisiensi operasional dan distribusi produk mereka. Dalam hal ini, ojek online dapat berperan sebagai sarana pengiriman barang dari UMKM kepada konsumen dengan cepat dan efisien. Hal ini membantu UMKM dalam menjangkau konsumen di lokasi yang lebih jauh bahkan di luar kota, yang sebelumnya sulit dilakukan tanpa biaya yang besar.

“Mempromosikan program pelatihan kejuruan dan mendukung wirausaha lokal dapat lebih merangsang pertumbuhan ekonomi dan mengurangi pengangguran, sehingga berkontribusi terhadap kesejahteraan masyarakat secara keseluruhan”
(Mulyono, 2024)

Bahwa dengan mendukung wirausaha lokal dapat memberikan dampak positif dalam pertumbuhan ekonomi dan pengurangan angka pengangguran. Sementara itu, dengan mendukung wirausaha lokal, akan membantu mendorong pertumbuhan bisnis lokal dan memberikan banyak kesempatan kerja baru di sektor UMKM. Terlebih lagi, melalui perkembangan ojek online sekarang ini, para pengusaha UMKM dapat menjangkau konsumen lebih luas dan melakukan promosi produk mereka secara efektif. Dengan demikian, ojek online dapat menjadi salah satu penggerak perkembangan UMKM lokal serta meningkatkan pertumbuhan ekonomi di daerah tersebut.

Ojek online juga dapat membuka peluang bagi masyarakat untuk memulai bisnis sendiri sebagai mitra pengemudi atau usaha kuliner dengan menggunakan layanan antar makanan. Dalam konteks ini pihak platform dapat memberikan pelatihan kepada mitra pengemudi atau pedagang dalam hal pelayanan, keamanan dan kualitas produk. Selain itu, penggunaan teknologi digital dalam transaksi juga dapat membantu meningkatkan efisiensi dalam bisnis serta meningkatkan kepercayaan pelanggan terhadap produk UMKM lokal. Dengan kata lain, penggunaan ojek online sebagai sarana untuk mendukung UMKM lokal bukan hanya memberikan manfaat pada bisnis, tapi juga memberikan kontribusi nyata dalam meningkatkan pertumbuhan ekonomi dan

mengurangi pengangguran di daerah. Bagaimanapun juga, upaya-upaya ini selaras dengan tujuan untuk meningkatkan kesejahteraan masyarakat secara keseluruhan.

Ikatan Kuat dan Ikatan Lemah

Penelitian ini menyoroti bagaimana ikatan kuat dan ikatan lemah bekerja bersama secara sinergis untuk mendukung perkembangan ekonomi pedagang kecil di era digital. Ikatan kuat, seperti yang terlihat dalam hubungan antara pedagang dan bos mereka, memberikan dukungan emosional dan finansial yang stabil, yang sangat penting untuk menciptakan lingkungan kerja yang positif dan produktif. Hubungan yang erat dan penuh kepercayaan ini memastikan bahwa para pekerja merasa dihargai dan didukung dalam pekerjaan mereka, memberikan mereka stabilitas yang diperlukan untuk menghadapi tantangan sehari-hari. Misalnya, bos yang memberikan upah yang layak, THR, dan dukungan moral dapat meningkatkan motivasi dan loyalitas pekerja, yang pada gilirannya berdampak positif pada produktivitas dan kinerja usaha secara keseluruhan.

Di sisi lain, GoFood berfungsi sebagai jaringan ikatan lemah yang memperluas jangkauan pasar pedagang kecil dengan cara yang belum pernah ada sebelumnya. Melalui interaksi dengan berbagai pelanggan yang berbeda setiap harinya, pengemudi ojek online tidak hanya mengantarkan produk tetapi juga secara tidak langsung membantu menyebarkan informasi tentang produk UMKM ke jaringan sosial yang lebih luas. Ikatan lemah ini, meskipun tidak sering dan mendalam, memiliki potensi besar untuk membuka peluang pasar baru dan meningkatkan visibilitas produk di kalangan konsumen yang lebih luas dan beragam. Dengan demikian, pedagang seperti Yoga dan Fahri dapat mengakses pasar yang lebih besar dan lebih bervariasi, yang mungkin tidak akan mereka capai hanya dengan mengandalkan pelanggan lokal saja.

Kombinasi dari ikatan kuat dan ikatan lemah ini menciptakan ekosistem yang saling mendukung, di mana dukungan emosional dan finansial dari ikatan kuat digabungkan dengan peluang pasar yang diperluas oleh ikatan lemah. Dengan memanfaatkan teknologi dan layanan seperti GoFood, UMKM dapat berkembang lebih baik dan memberikan kontribusi yang lebih besar terhadap perekonomian lokal maupun nasional. Inovasi teknologi seperti ini tidak hanya meningkatkan efisiensi operasional tetapi juga membuka peluang baru untuk pertumbuhan dan perkembangan yang sebelumnya tidak mungkin dicapai. Penelitian ini menunjukkan bahwa dalam konteks digitalisasi, optimasi hubungan sosial—baik yang erat maupun yang luas—dapat menjadi kunci dalam

mendukung perkembangan ekonomi dan kesejahteraan sosial secara keseluruhan. Teknologi digital tidak hanya mempermudah transaksi tetapi juga memainkan peran penting dalam menghubungkan berbagai elemen dalam ekosistem bisnis, menciptakan sinergi yang menguntungkan semua pihak yang terlibat.

Specifically, productive relations can be seen as cooperation. However, these relationships can provide support in productive activities. It means that natural relationships between people that last a long time and include a sense of belonging become a medium for forming more productive relationships. Specifically, productive relations can be seen as cooperation”(Istriyani.2024)

Hubungan yang memiliki rasa kebersamaan ini dapat memberikan dukungan dalam aktivitas yang bisa membuat produktif. Secara spesifik, hubungan yang produktif dapat dianggap sebagai bentuk kerjasama. Dengan itu menerapkan konsep ini dalam konteks kolaborasi antara ojek online dan UMKM dapat membawa peningkatan kesejahteraan bagi kedua belah pihak. Ojek online adalah platform yang digunakan oleh banyak pelaku UMKM untuk mengantarkan produk mereka kepada konsumen. Dalam hal ini, hubungan antara pengemudi ojek online dan pemilik UMKM dapat menjadi hubungan yang alami dan berkelanjutan nanti pastinya seiring dengan berjalannya waktu. Dengan menjalin hubungan yang baik dan berlangsung lama antara ojek online dan UMKM, mereka dapat saling mendukung dalam aktivitas yang produktif. Ojek online dapat membantu UMKM mencapai pelanggan yang lebih luas dengan mengantarkan produk secara efisien dan cepat, di sisi lain, UMKM juga dapat memberikan dukungan kepada pengemudi ojek online dengan menyediakan kesempatan untuk mengantarkan produk mereka. Kolaborasi ini akan meningkatkan kesejahteraan keduanya. Pengemudi ojek online dapat memperoleh pendapatan tambahan melalui pengantaran produk UMKM, sementara UMKM dapat meningkatkan akses produk mereka kepada konsumen melalui platform ojek online.

KESIMPULAN

Penelitian ini menunjukkan bahwa era digitalisasi membawa perubahan signifikan pada berbagai aspek kehidupan, termasuk sektor transportasi dan ekonomi. Salah satu inovasi yang menonjol adalah perkembangan ojek online yang secara signifikan mengubah industri transportasi di Indonesia. Sebelum era digital, orang-orang harus mencari ojek secara langsung di jalanan atau pangkalan, namun kini, dengan adanya platform ojek online, proses tersebut menjadi lebih mudah, cepat, dan efisien hanya

melalui smartphone. Selain sebagai sarana transportasi, ojek online juga berkembang menjadi layanan pengantaran makanan seperti GoFood, yang memudahkan pengguna untuk memesan makanan kapan saja dengan beberapa klik. Hal ini memberikan keuntungan bagi para pengemudi ojek sebagai sumber penghasilan tambahan dan memberikan kemudahan bagi konsumen dalam mengakses layanan.

Lebih dari itu, GoFood juga berperan penting dalam mendukung Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM). Platform ini membantu UMKM mencapai pasar yang lebih luas tanpa perlu menangani proses pengiriman secara mandiri, sehingga mereka bisa fokus pada pengembangan produk. UMKM yang bermitra dengan GoFood memperoleh visibilitas yang lebih besar dan kesempatan untuk meningkatkan kualitas produk serta layanan mereka. Menurut teori Jaringan Sosial dari Mark Granovetter, hubungan sosial dapat dikategorikan menjadi ikatan kuat dan ikatan lemah. Ikatan kuat meliputi hubungan yang erat dan sering terjadi, seperti antara pemilik usaha dan pekerjanya, yang memberikan stabilitas dan dukungan emosional serta finansial. Di sisi lain, ojek online berfungsi sebagai ikatan lemah yang penting dalam menyebarkan informasi dan membuka peluang baru. Pengemudi ojek online menciptakan jaringan sosial yang luas dengan berinteraksi dengan berbagai pelanggan dan UMKM, membantu memperluas jangkauan bisnis dan meningkatkan penjualan UMKM. Dengan demikian, ojek online tidak hanya berfungsi sebagai alat transportasi, tetapi juga sebagai katalisator ekonomi yang memanfaatkan kekuatan ikatan lemah untuk mendukung pertumbuhan UMKM. Sementara ikatan kuat antara bos dan pekerja memastikan stabilitas dan dukungan internal, ikatan lemah yang dibangun melalui interaksi dengan pengemudi ojek online membantu memperluas pasar dan meningkatkan visibilitas bisnis. Kombinasi ikatan kuat dan lemah ini menciptakan ekosistem yang mendukung pertumbuhan ekonomi dan kesejahteraan sosial di era digital, memperlihatkan bagaimana teknologi dapat mengintegrasikan dan memperkuat hubungan sosial untuk mencapai tujuan ekonomi yang lebih besar.

DAFTAR PUSTAKA

- Andriani, Maya Yulianai. (2019). *Analisis Keputusan Konsumen dalam Menggunakan Aplikasi Grab'Metro: Fakultas Ekonomi dan Bisini Islam Program Studi Ekonomi Syariah Institut Agama Islam Negeri (IAIN)*.
- Arlista, I. A., & Utama, M. S. (2022). *PENGARUH MODAL, JAM KERJA, DAN PENGGUNAAN OJEK ONLINE*.

- Creswell, J. W. (2015). *Penelitian Kualitatif & Desain Riset: Memilih Di Antara Lima Pendekatan (edisi 3.)*. Pustaka Pelajar.
- Falaq, A. F., & Asj'ari, F. (2021). *KEBERADAAN OJEK ONLINE DALAM MENINGKATKAN PERKEMBANGAN UMKM DI KOTA SURABAYA*.
- Granovetter, M., & Swedberg, R. (1992). *The Sociology of Economic Life*. SAN FRANCISCO: Westview Press.
- ISTRIYANI, Ratna. (2024). *The Transformation of Tourism Villages Through Social Capital and Leadership in Turi District, Sleman, Yogyakarta. Journal of Contemporary Sociological Issues*, 42-63.
- Laksamana, R. dkk. (2019). *Persepsi Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) Terhadap Transportasi Online di Wilayah Kalimantan Barat*.
- Mulyono, R., Rosa, D., Prasetyo, H., & Mahardiyanto, A. (2024). *Mentoring Smart Cultural Tourism Berbasis Potensi Lokal Menuju Kemandirian Ekonomi di Desa Klungkung Kabupaten Jember. Warta Pengabdian*, 70-88.
- Paramitha, N. A., Supriyadi, S., & Zuber, A. (2018). *The Uses of Information Communication Technology (ICT) and The Fraud Through ICT on Orange Farmers in Wringinpitu Village. In International Conference of Communication Science Research*, 283-286.
- Yustisi, W. (2023). *ANALISIS EFEKTIVITAS PENGGUNAAN APLIKASI GOJEK PADA PENJUALAN MAKANAN (STUDI KASUS WARUNG MAKAN PAK TRIES DAERAH SUMBERSARI JEMBER)*.